



PEMBERDAYAAN EKONOMI BERKELANJUTAN MELALUI OPTIMALISASI PROGRAM CSR PT PASANGKAYU PADA UMKM LOKAL DI KELURAHAN MARTAJAYA

**Andri Alamsyah, I Wayan Indrawan, Raihan Fatahillah, Phiter Boni Parubak,
Moh Nur Fahreza, Dyo Moh Sabda, Catur Bintang rachmansyah**

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas
Tadulako, Jln Soekarno Hatta KM 9, Mantikolure, Palu, Sulawesi Tengah, 94117

Korepondensi Penulis: adri.alamsyah004@gmail.com

Abstract This community service activity aims to analyze and optimize the implementation of the Corporate Social Responsibility (CSR) program of PT Pasangkayu in supporting the economic empowerment of local Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Martajaya Village, Pasangkayu District, Pasangkayu Regency, West Sulawesi, Indonesia. As part of PT Astra Agro Lestari Tbk, PT Pasangkayu implements its CSR program through four main pillars: Astra Creative, Astra Healthy, Astra Smart, and Astra Green. This activity focuses on the Astra Creative pillar, which includes MSME development, community productive business enhancement, and marketing digitalization. The method employed was Participatory Action Research (PAR), involving observation, interviews, Focus Group Discussions (FGDs), and direct assistance to beneficiary communities. The results indicate that the CSR program has contributed to the development of 11 MSME groups operating across seven major business sectors, benefiting a total of 475 households. The program has not only enhanced the business capacity of local communities but also strengthened market access, encouraged local product innovation, and increased community participation in economic development. Nevertheless, several challenges remain, including limited human resource capacity, low digital literacy, and restricted access to broader markets. Therefore, optimization strategies are needed through capacity-building initiatives for MSME actors, the enhancement of digital marketing capabilities, the development of partnership networks, and the implementation of a sustainable monitoring and evaluation system. This activity demonstrates that a participatory CSR program can serve as an effective and sustainable instrument for community economic empowerment.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Economic Empowerment, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), Astra Creative, Martajaya.

Abstrak Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menganalisis dan mengoptimalkan pelaksanaan program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Pasangkayu dalam mendukung pemberdayaan ekonomi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal di Kelurahan Martajaya, Kecamatan Pasangkayu, Kabupaten Pasangkayu, Sulawesi Barat. PT Pasangkayu sebagai bagian dari PT Astra Agro Lestari Tbk mengimplementasikan program CSR berbasis empat pilar, yaitu Astra Kreatif, Astra Sehat, Astra Cerdas, dan Astra Hijau. Fokus kegiatan ini berada pada pilar Astra Kreatif yang mencakup pembinaan UMKM, pengembangan usaha produktif masyarakat, dan digitalisasi pemasaran. Metode yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR) melalui observasi, wawancara, Focus Group Discussion (FGD), dan pendampingan langsung kepada masyarakat penerima manfaat. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa program CSR PT Pasangkayu telah mendorong perkembangan 11 kelompok UMKM yang bergerak pada tujuh bidang usaha utama dengan total 475 kepala keluarga penerima manfaat. Program ini tidak hanya meningkatkan kapasitas usaha masyarakat, tetapi juga memperkuat akses pasar, mendorong inovasi produk lokal, dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan ekonomi. Namun demikian, masih ditemukan tantangan berupa keterbatasan kapasitas sumber daya manusia, rendahnya literasi digital, dan keterbatasan akses pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, diperlukan strategi optimalisasi melalui penguatan kapasitas pelaku usaha, digitalisasi pemasaran, pengembangan jejaring kemitraan, serta sistem monitoring dan evaluasi yang berkelanjutan. Kegiatan ini menunjukkan bahwa program CSR yang dilaksanakan secara partisipatif mampu menjadi instrumen pemberdayaan ekonomi masyarakat yang efektif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Corporate Social Responsibility, Pemberdayaan Ekonomi, UMKM, Astra Kreatif, Martajaya.

1. PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu bentuk komitmen perusahaan dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan melalui integrasi aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan ke dalam aktivitas bisnis perusahaan. Dalam perkembangannya, CSR tidak lagi dipahami sebagai kegiatan filantropi semata, tetapi telah menjadi bagian dari strategi perusahaan dalam membangun hubungan harmonis dengan masyarakat dan menciptakan nilai bersama antara perusahaan dan pemangku kepentingan. Melalui pelaksanaan CSR, perusahaan diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat di sekitar wilayah operasionalnya.

Keberadaan perusahaan perkebunan kelapa sawit di Indonesia memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pembangunan infrastruktur. Namun demikian, aktivitas perusahaan juga menimbulkan tuntutan agar perusahaan turut berkontribusi dalam mengatasi berbagai persoalan sosial dan ekonomi yang dihadapi masyarakat sekitar. Oleh karena itu, pelaksanaan CSR menjadi instrumen strategis dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan dan masyarakat.

Kelurahan Martajaya merupakan salah satu wilayah yang berada di sekitar area operasional PT Pasangkayu. Sebagian besar masyarakat menggantungkan kehidupan pada sektor pertanian, perkebunan, perdagangan kecil, dan usaha mikro. Potensi ekonomi yang dimiliki masyarakat cukup besar, namun masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan modal usaha, rendahnya kapasitas manajerial, keterbatasan akses pasar, serta minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan usaha. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian pelaku usaha mengalami kesulitan untuk meningkatkan skala usaha dan daya saing produk yang dihasilkan.

Sebagai bagian dari PT Astra Agro Lestari Tbk, PT Pasangkayu melaksanakan program CSR yang berfokus pada empat pilar utama yaitu Astra Kreatif, Astra Cerdas, Astra Sehat, dan Astra Hijau. Program Astra Kreatif menjadi salah satu program unggulan yang diarahkan pada pengembangan ekonomi masyarakat melalui pemberdayaan UMKM, penguatan kelompok usaha produktif, serta peningkatan kapasitas masyarakat

dalam mengelola usaha berbasis potensi lokal. Program ini tidak hanya berorientasi pada pemberian bantuan, tetapi juga menekankan pada pendampingan, pelatihan, dan penguatan kelembagaan masyarakat sehingga tercipta kemandirian ekonomi yang berkelanjutan.

Berdasarkan hasil observasi awal, implementasi program CSR PT Pasangkayu telah memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha masyarakat di Kelurahan Martajaya. Berbagai kelompok usaha telah berhasil mengembangkan kegiatan ekonomi produktif yang mencakup budidaya ikan lele, budidaya jamur, hortikultura, peternakan ayam petelur, serta pengolahan hasil pertanian. Meskipun demikian, masih terdapat berbagai tantangan yang perlu diatasi, antara lain keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya literasi digital, akses pasar yang belum optimal, dan perlunya penguatan sinergi antar pemangku kepentingan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut ISO 26000, CSR merupakan tanggung jawab organisasi atas dampak keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan melalui perilaku etis dan transparan. Carroll (1991) menjelaskan bahwa CSR terdiri atas empat dimensi utama, yaitu tanggung jawab ekonomi, hukum, etika, dan filantropi.

2.2 Teori Stakeholder

Freeman (1984) menjelaskan bahwa keberhasilan perusahaan dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingan. Dalam konteks CSR PT Pasangkayu, pemangku kepentingan meliputi pemerintah daerah, pemerintah desa, kelompok tani, kelompok wanita tani, tokoh masyarakat, tokoh agama, kader posyandu, dan masyarakat penerima manfaat.

2.3 Creating Shared Value

Porter dan Kramer (2011) memperkenalkan konsep Creating Shared Value (CSV) yang menekankan bahwa perusahaan dapat meningkatkan daya saing sekaligus memberikan manfaat sosial bagi masyarakat. Program Astra Kreatif yang dilaksanakan

PT Pasangkayu mencerminkan pendekatan tersebut melalui pengembangan UMKM berbasis potensi lokal.

2.4 Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat merupakan proses peningkatan kapasitas individu maupun kelompok agar mampu mengelola sumber daya yang dimiliki secara mandiri. Dalam konteks CSR, pemberdayaan tidak hanya berfokus pada bantuan material tetapi juga penguatan kapasitas, akses pasar, dan pengembangan kelembagaan masyarakat.

3. METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR) yang menempatkan masyarakat sebagai subjek utama dalam proses identifikasi masalah, pelaksanaan program, dan evaluasi kegiatan.

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif. Merujuk pada pandangan Sugiyono (2019:25), metode penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah di mana peneliti bertindak sebagai instrumen kunci. Melalui tipe deskriptif, penelitian difokuskan untuk mengamati perilaku, interaksi sosial, serta objek tertentu dalam koridor waktu yang ditentukan guna membedah secara mendalam potret Pemberdayaan ekonomi berkelanjutan pada program CSR PT Pasangkayu dan Kelurahan Mertajaya pada UMKM lokal

3.2 Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi lapangan melakukan pengamatan secara langsung di kelurahan martajaya sebagai instansi pelaksana lapangan untuk melihat proses teknis dan kesiapan sarana distribusi program.
2. Wawancara mendalam melakukan sesi Tanya jawab mendalam dan terstruktur dengan informan kunci, yakni ibu Indra Gandi, S.I.P selaku sekretaris lurah martajaya

3. Dokumentasi mengumpulkan dokumen pendukung resmi berupa struktur organisasi kelurahan martajaya, visi dan misi kelurahan, profil wilayah, serta dokumen pelaporan administrasi yang relevan.

3.3 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara kualitatif mengalir mengikuti model analisis deskriptif. Prosesnya dimulai dari reduksi data (merangkum dan memilah informasi mentah hasil wawancara dan observasi lapangan), penyajian data (menyusun informasi ke dalam pola naratif-sistematis dan tabel matriks pembagian peran), serta penarikan kesimpulan atau verifikasi untuk memahami esensi tata kelola kemitraan publik-swasta yang dipraktikkan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Implementasi Program CSR PT Pasangkayu

Pelaksanaan program CSR PT Pasangkayu dilaksanakan secara terencana dengan mengacu pada kebutuhan masyarakat dan prinsip pembangunan berkelanjutan. Program disusun melalui proses identifikasi kebutuhan masyarakat yang melibatkan pemerintah kelurahan, tokoh masyarakat, kelompok usaha, dan pihak perusahaan. Pendekatan partisipatif ini memungkinkan program yang dijalankan lebih sesuai dengan kondisi dan potensi masyarakat setempat.

Dalam pilar Astra Kreatif, perusahaan mengembangkan berbagai program pemberdayaan ekonomi yang berorientasi pada peningkatan pendapatan masyarakat. Program tersebut meliputi pengembangan budidaya ikan lele, budidaya jamur, peternakan ayam petelur, pengolahan hasil pertanian, pengembangan UMKM keripik jamur, serta pendampingan pemasaran produk. Selain memberikan bantuan sarana produksi, perusahaan juga melaksanakan pelatihan manajemen usaha, pengelolaan keuangan, pengemasan produk, dan pemasaran digital.

4.2 Program Astra Kreatif dan Pengembangan UMKM Martajaya

Program Astra Kreatif telah menjangkau sebelas kelompok usaha masyarakat dengan jumlah penerima manfaat mencapai ratusan kepala keluarga. Kehadiran program

ini memberikan peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha produktif yang mampu meningkatkan pendapatan rumah tangga. Pendampingan yang dilakukan secara berkala membantu masyarakat dalam mengatasi berbagai kendala usaha sekaligus meningkatkan kapasitas mereka dalam mengelola usaha secara mandiri.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM, program yang dijalankan memberikan manfaat yang signifikan terutama dalam peningkatan keterampilan produksi, pengelolaan usaha, serta perluasan jaringan pemasaran. Masyarakat tidak hanya memperoleh bantuan modal dan sarana produksi, tetapi juga mendapatkan pengetahuan yang mendukung keberlanjutan usaha mereka.

4.3 Analisis Berdasarkan Stakeholder Theory

Keberhasilan program CSR PT Pasangkayu tidak terlepas dari keterlibatan berbagai stakeholder yang memiliki peran dan kepentingan masing-masing. Pemerintah kelurahan berperan dalam mendukung koordinasi program dan memfasilitasi komunikasi antara masyarakat dan perusahaan. Tokoh masyarakat berperan dalam membangun partisipasi masyarakat serta menjaga keberlanjutan program di tingkat lokal. Kelompok UMKM berfungsi sebagai pelaksana utama kegiatan pemberdayaan ekonomi, sedangkan perusahaan bertindak sebagai fasilitator, pendamping, dan penyedia sumber daya.

Keterlibatan aktif para stakeholder menunjukkan bahwa implementasi CSR PT Pasangkayu telah menerapkan prinsip-prinsip Stakeholder Theory yang menekankan pentingnya kolaborasi antara perusahaan dan berbagai pihak yang terdampak oleh aktivitas perusahaan. Hubungan yang harmonis antara stakeholder menjadi salah satu faktor utama yang mendukung keberhasilan program.

4.4 Analisis Berdasarkan Creating Shared Value

Program Astra Kreatif menunjukkan implementasi konsep Creating Shared Value (CSV) karena mampu menciptakan manfaat ekonomi dan sosial secara bersamaan. Dari sisi masyarakat, program memberikan peluang peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, serta penguatan kapasitas usaha. Sementara itu, bagi perusahaan, keberhasilan program berkontribusi terhadap terciptanya hubungan yang lebih baik

dengan masyarakat, meningkatnya legitimasi sosial perusahaan, serta terciptanya lingkungan sosial yang kondusif bagi keberlangsungan operasional perusahaan.

Konsep nilai bersama tercermin dalam upaya perusahaan mengembangkan potensi ekonomi lokal yang tidak hanya menguntungkan masyarakat tetapi juga memperkuat keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang. Dengan demikian, program CSR tidak diposisikan sebagai biaya perusahaan, melainkan sebagai investasi sosial yang memberikan manfaat timbal balik.

4.5 Faktor Pendukung dan Penghambat

Faktor pendukung utama keberhasilan program meliputi komitmen perusahaan yang tinggi, partisipasi masyarakat yang aktif, dukungan pemerintah setempat, serta keberadaan potensi sumber daya lokal yang dapat dikembangkan menjadi usaha produktif. Selain itu, keberlanjutan pendampingan yang dilakukan perusahaan menjadi faktor penting dalam menjaga keberhasilan program.

Di sisi lain, beberapa hambatan masih ditemukan dalam pelaksanaan program, seperti rendahnya kemampuan manajemen usaha, keterbatasan literasi digital, akses pasar yang belum optimal, dan ketergantungan sebagian kelompok terhadap bantuan perusahaan. Hambatan tersebut menjadi tantangan yang perlu diatasi melalui strategi penguatan kapasitas dan peningkatan kemandirian masyarakat.

4.6 Strategi Optimalisasi Program

Optimalisasi program CSR dapat dilakukan melalui penguatan kapasitas sumber daya manusia pelaku UMKM melalui pelatihan yang lebih intensif dan berkelanjutan. Selain itu, perusahaan perlu mendorong transformasi digital UMKM melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, dan platform perdagangan elektronik untuk memperluas jangkauan pemasaran produk.

Penguatan jejaring kemitraan dengan pemerintah daerah, perguruan tinggi, lembaga keuangan, dan komunitas UMKM juga perlu dilakukan guna meningkatkan akses masyarakat terhadap permodalan, teknologi, dan informasi pasar. Di samping itu, perusahaan perlu mengembangkan sistem monitoring dan evaluasi yang terukur sehingga

dampak program dapat diketahui secara lebih akurat dan digunakan sebagai dasar penyempurnaan program di masa mendatang.

5. KESIMPULAN

Program Corporate Social Responsibility (CSR) PT Pasangkayu melalui pilar Astra Kreatif telah memberikan kontribusi nyata terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat di Kelurahan Martajaya. Program ini berhasil mendorong pengembangan berbagai kelompok usaha produktif dan UMKM lokal melalui pemberian bantuan usaha, pendampingan, pelatihan, serta penguatan kapasitas masyarakat. Implementasi program menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam proses pembangunan sekaligus memperkuat keberlanjutan program.

Berdasarkan perspektif Stakeholder Theory, keberhasilan program didukung oleh kolaborasi yang baik antara perusahaan, pemerintah, kelompok usaha, dan masyarakat. Sementara itu, berdasarkan konsep Creating Shared Value, program mampu menciptakan manfaat sosial dan ekonomi secara bersamaan baik bagi masyarakat maupun perusahaan. Masyarakat memperoleh peningkatan kapasitas dan peluang ekonomi, sedangkan perusahaan memperoleh peningkatan hubungan sosial dan legitimasi di tengah masyarakat.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa tantangan yang perlu mendapat perhatian, antara lain keterbatasan kapasitas sumber daya manusia, rendahnya literasi digital, serta akses pasar yang belum optimal. Oleh karena itu, diperlukan upaya optimalisasi melalui peningkatan kapasitas pelaku usaha, digitalisasi pemasaran, penguatan kemitraan lintas sektor, serta pengembangan sistem monitoring dan evaluasi yang berkelanjutan. Dengan strategi tersebut, program CSR PT Pasangkayu diharapkan mampu menjadi model pemberdayaan ekonomi masyarakat yang berkelanjutan dan memberikan dampak yang lebih luas bagi pembangunan daerah.

6. DAFTAR PUSTAKA

Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39–48.

- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman Publishing.
- Ife, J. (2013). *Community Development in an Uncertain World: Vision, Analysis and Practice*. Cambridge University Press.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Sage Publications
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). *Creating Shared Value*. *Harvard Business Review*, 89(1–2), 62–77.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.
- Arifin, A. N., Istiqomah, N., & Sarjiyanto. (2025). *Analisis Peran Keberlanjutan Corporate Social Responsibility (CSR) BUMN Terhadap Kinerja UMKM dan Kesejahteraan Masyarakat*.
- Bayu Mahendra, & Nistiani, S. (2021). *Analisis Proses Pemberdayaan UMKM Agribisnis Berbasis CSR*.
- Dhaifullah, M. N. M., & Shohiha, A. (2023). *Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan UMKM pada CV. Futake Indonesia*.
- Putri, D. C., & Irfan, M. (2024). *Strategi Pemberdayaan UMKM dalam Program Corporate Social Responsibility PT Angkasa Pura II*.
- Ekawati, R., Sakur, D. A., & Prasetyo, A. D. (2025). *Inovasi Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Masyarakat Urban Berbasis UMKM*.
- Nursholikah, S., & Sulistyowati, E. (2025). *Analisis Implementasi Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja UMKM*.
- Selvi, E., Amalia, M. R., Anggraeni, A. I., Suliyanto, & Munawar, A. H. (2025). *Metode Pendampingan UMKM Melalui Corporate Social Responsibility*.
- Noptiani, F. S., Malihah, E., Alia, M. N., & Abdullah. (2026). *Peran Edukatif Corporate Social Responsibility dalam Pemberdayaan Usaha Mikro dan Kecil Menuju Keberlanjutan*.
- Purnomo, J., & Hermawan, Y. (2024). *Implementation of Corporate Social Responsibility in Community Economic Empowerment*.
- ISO. (2010). *ISO 26000: Guidance on Social Responsibility*.

***PEMBERDAYAAN EKONOMI BERKELANJUTAN MELALUI OPTIMALISASI PROGRAM CSR
PT PASANGKAYU PADA UMKM LOKAL DI KELURAHAN MARTAJAYA***

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2024). Perkembangan Data
UMKM Indonesia Tahun 2024.

Badan Pusat Statistik. (2024). Statistik UMKM Indonesia Tahun 2024.

PT Astra Agro Lestari Tbk. (2025). Sustainability Report.

PT Pasangkayu. (2025). Dokumen Corporate Social Responsibility PT Pasangkayu.